

Ракетская Анастасия Олеговна,

бакалавр 3-го курса

Уральского гуманитарного института

Уральского федерального университета

ВНЕДРЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В КОРПОРАТИВНУЮ КУЛЬТУРУ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. В статье раскрывается механизм перехода организаций к новым цифровым технологиям, в частности к использованию искусственного интеллекта в работе компании. Применение искусственного интеллекта, с одной стороны, упрощает работу и повышает эффективность, с другой стороны — под угрозой находятся работники организации. Корпоративная культура компании в привычном смысле не может более существовать, ей необходима реорганизация с учетом внедрения новых технологий и риска потери человеческих ресурсов.

Ключевые слова: цифровизация, искусственный интеллект, корпоративная культура, ценности, организация.

Raketskaya Anastasia,

Undergraduate Student of the 3rd year

Ural Institute for Humanities

Ural Federal University

INTRODUCTION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE INTO THE CORPORATE CULTURE OF AN ORGANIZATION

Abstract. The article reveals the mechanism of organizations transition to new digital technologies, in particular, to the use of artificial intelligence in the company's work. The use of artificial intelligence, on the one hand, simplifies the work and increases efficiency, on the other hand, employees of the organization are under threat. The corporate culture of the company in the usual sense can no longer exist, it needs to be reorganized taking into

account the introduction of new technologies and the risk of loss of human resources.

Keywords: digitalization, artificial intelligence, corporate culture, values, organization.

Искусственный интеллект — это система алгоритмов, которые направлены на решение и постоянного улучшения этого решения какой-то конкретной задачи. Увеличение искусственного интеллекта во всех отраслях бизнеса неизбежно и выгодно. К 2022 году каждый пятый работник будет сотрудничать с «сотрудником AI» [1]. В настоящее время существуют определенные угрозы внедрения искусственного интеллекта в бизнес-среду. Возникает вопрос об оптимизации бизнеса, это сопряжено с риском увольнения действующих сотрудников, поскольку рутинные операции машина выполняет в разы быстрее, не допуская при этом ошибок. Руководители организаций видят плюс также в том, что искусственному интеллекту не нужно выплачивать заработную плату и предоставлять социальный пакет. По мере того как компании разрабатывают свои планы цифровой трансформации, отсутствует прозрачность перед работниками [1]. Эксперты полагают, что у компании есть этическое обязательство предпринять действия перед своими сотрудниками, а именно — вооружить их новыми навыками для грядущего этапа искусственного интеллекта. 79 % опрошенных бизнес-лидеров считают, что искусственный интеллект приведет к созданию рабочих мест, а не к их ликвидации, так как при работе с новыми «умными» технологиями нужен проводник — человек [1]. Однако некоторые компании не хотят выделять дополнительные средства на переквалификацию и полностью заменяют сотрудников искусственным интеллектом.

Искусственный интеллект выполняет поставленные задачи благодаря генерации определенных шаблонов внутри системы. Процесс внедрения искусственного интеллекта в организацию требует не только больших затрат, но и определенного стратегического плана: 1) оценка необходимости внедрения искусственного интеллекта в организацию; 2) подсчет преимуществ и рисков; 3) работа с сотрудниками, просвещение сотрудников организации; 4) подготовка новых рабочих мест и переквалификация кадров; 5) обращение в спе-

циализирующиеся на искусственном интеллекте компании с целью улучшения качества использования; 6) изменение стратегии развития компании; 7) изменение корпоративного кодекса компании; 8) внедрение этического кодекса или изменение существующего; 9) внедрение искусственного интеллекта в организацию. Данный план поможет руководителям организаций адаптировать сотрудников к новым цифровым технологиям, не оставив при этом их без рабочих мест. Оставить сотрудников в неведении худший этический выбор для бизнес-лидеров. «Говорить сотрудникам о возможном воздействии AI на работу может не быть этической обязанностью, но это хороший менеджмент», — отмечает Давенпорт [1]. Это позволяет работникам начать переподготовку и готовиться к принятию новых ролей, работая вместе с системами на основе AI. И это облегчает их сотрудничество в разработке и внедрении новых систем. Искусственный интеллект в этом случае становится не угрозой, а помощником для повышения эффективности выполнения рабочего плана. Корпоративная культура также видоизменяется под воздействием новых технологий. В частности, меняется система коммуникации, нормы поведения и ценности компании [2]. Появляется проблема: нужно ли закладывать в искусственный интеллект корпоративные ценности, традиции, символику и т. д., или же это останется лишь на уровне взаимодействия «человек — человек»? Несомненно, ведь системы искусственного интеллекта взаимодействуют с клиентами, а в сфере продаж или консалтинга это будет свидетельствовать о развитой корпоративной культуре компании. Этический кодекс компании, использующей искусственный интеллект, предполагает включение следующих позиций: 1) зоны ответственности использования искусственного интеллекта; 2) конфиденциальность данных; 3) защита корпоративной информации; 4) определение новых ценностных ориентиров в связи с изменением стратегии организации.

Таким образом, процесс внедрения искусственного интеллекта в корпоративную культуру организации должен сопровождаться определенным стратегическим планом, в частности быть под руководством этического комитета и реализовываться постепенно, не принося при этом ущерб сотрудникам компании. Способами решения проблем этики бизнес-коммуникаций в условиях циф-

ровизации бизнеса и использования искусственного интеллекта могли бы стать разработанная совместно государством и обществом концепция социальной ответственности баз данных и механизмы развития корпоративной и профессиональной этики в бизнес-коммуникациях [3].

Литература

1. Панасенкова Т. В., Рябова К. А. Искусственный интеллект как проблема этического выбора в бизнес-сфере. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37255760> (дата обращения: 15.02.2020).
2. Вайл П. Цифровая трансформация бизнеса. — М. : «Альпина Диджитал», 2018. — 138 с.
3. Кудрявцева М. Г., Семенова Л. М. Социально-гуманитарные аспекты цифровизации бизнеса. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=34963788> (дата обращения: 15.02.2020).

УДК 394

Родионова Яна Николаевна,

магистрант 1-го курса

Уральского гуманитарного института

Уральского федерального университета

МЕДЛЕННЫЙ ТУРИЗМ КАК НОВЫЙ ТРЕНД СОВРЕМЕННОГО ТУРИЗМА

Аннотация. Работа посвящена медленному туризму. В работе объясняются аспекты и понятия медленного туризма, а также отличие медленного туризма от массового.

Ключевые слова: туризм, медленный туризм, тренд, альтернативный туризм, массовый туризм.